

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“IMPLEMENTACIÓN DE UNA TIENDA VIRTUAL DE CALZADO SOSTENIBLE EN PROVINCIAS FOCALIZADAS DEL PERÚ”.

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciado en Administración

Autores:

Bach. Rocío Milagros Bullón De la Torre

Bach. Miguel Ángel Colan De la Cruz

Asesor:

Mg. Luis Ricardo Cárdenas Torres

Lima - Perú

2019



DEDICATORIA

Rocío Bullón De la Torre:

A mi madre Mercedes por ser siempre un gran ejemplo de fortaleza, valentía, perseverancia y por su incansable amor.

A mi padre Hilario por su apoyo incondicional y estar siempre en los buenos y malos momentos acompañándonos.

A mis hermanos Patricia, Wilfredo, Roy, Flor y Doris sé que siempre puedo contar con su apoyo y amor incondicional.

A un angelito que desde mi vientre materno me envía su energía para seguir adelante.

Miguel Colan De la Cruz:

A mi madre: Fuente inagotable de amor y sabiduría.

A Marssela: Por estar siempre a mi lado, por todos los momentos que nos faltan disfrutar, vivir y compartir.

A Jimena: Compañera de vida, apoyo e inspiración.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a nuestro profesor asesor Luis Cárdenas Torres por el apoyo y la motivación para culminar este proyecto de inversión.

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
TABLA DE CONTENIDO	4
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	15
RESUMEN EJECUTIVO	17
CAPÍTULO 1 MARCO REFERENCIAL DEL PROYECTO	19
1.1. Introducción al proyecto	19
1.2. Justificación de la inversión	20
1.3. Entorno y viabilidad del proyecto	20
Entorno mundial en referencia al proyecto	21
Entorno nacional en referencia a la inversión	37
1.4. Condiciones de la economía para invertir	41
1.5. Condiciones políticas para invertir	50
1.6. Viabilidad legal de mi proyecto	51
1.7. Viabilidad ambiental para mi proyecto	52

CAPÍTULO 2 MERCADO OBJETIVO Y SUS PROYECCIONES	54
2.1. Enfoque de la idea de negocio	54
2.2. Características del segmento que se atenderá	55
Fuente/Elaboración: PROMPERÚ.	57
2.3. Tendencias esperadas de la demanda del producto	58
2.4. Tendencias del mercado mundial sobre mi producto	59
2.5. Mi producto frente a la competencia	59
2.5.1. Ventajas comparativas	59
2.5.2. Ventajas competitivas	61
2.6. Análisis FODA de nuestro negocio	62
2.6.1. Análisis de Oportunidades	63
2.6.2. Análisis de Amenazas	63
2.6.3. Análisis de Fortalezas	64
2.6.4. Análisis de Debilidades	64
2.7. Objetivos estratégicos de mi empresa	67
2.8. Planes para el crecimiento de la empresa	67
2.9. Mejoras en el tiempo incluidas en el negocio	68

CAPÍTULO 3 EL MERCADO Y SUS CARACTERISTICAS	69
3.1. Características de la demanda	69
3.1.1. Los consumidores	69
3.1.2. Mercado potencial	69
3.1.3. Segmentación por edad	69
3.1.4. Segmentación por niveles socioeconómicos	70
3.1.5. Segmentación por distritos objetivo	73
3.1.6. Mercado real	73
3.1.7. Mercado efectivo	74
3.1.8. Mercado objetivo	74
3.1.9. Hábitos de consumo	75
3.2. La oferta en el mercado	81
3.2.1. Características de la competencia	82
3.2.2. La competencia y sus ventajas	83
3.2.3. Nuestros competidores	83
3.2.4. Competidores directos	84
3.2.5. Competidores indirectos	86
3.3. Estimación de la participación en el mercado y de las ventas	89
3.3.1. Cantidad de clientes estimados para atender en el primer año	89
CAPÍTULO 4 PLAN DE MARKETING	91

4.1. Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento	91
4.1.1. Estrategia de producto	92
4.1.2. Estrategia de precios	93
4.1.3. Estrategia de promoción y publicidad	94
4.1.4. Estrategia de distribución	95
4.2. Características del producto	95
4.2.1. Producto	96
4.2.1. Etiquetas	97
4.2.2. Marca	98
4.2.3. Eslogan	98
4.2.4. Presentación del producto	98
4.3. Bondades o ventajas del producto	99
4.4. Política de precios	99
4.5. Lanzamiento de ventas del producto	100
4.6. Tácticas de ventas	100
4.7. Canales de comercialización	101
4.8. Estrategias de venta por canal atendido	101
4.9. Objetivos de ventas en el corto y mediano plazo	104

4.9.1. Corto plazo (1 año)	104
4.9.2. Mediano plazo (3 años)	105
4.9.3. Largo plazo (5 años)	105
4.10. Estrategias para el crecimiento de las ventas	106
4.10.1. Estrategias de crecimiento vertical	107
4.10.2. Estrategias de crecimiento horizontal	107
4.10.3. Extensión de marca	108
4.10.4. Extensión de línea	108
CAPÍTULO 5 PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN	109
5.1. Inicio de operaciones de la empresa	109
5.2. Localización geográfica	109
5.3. Ubicación de centro de gestión administrativa	109
5.4. Características del centro de producción o comercialización	110
5.5. Plano de distribución de los intangibles	111
5.6. Activos tangibles	113
5.6.1. Infraestructura	113
5.6.2. Características del terreno	114
5.6.3. Equipamiento	114
5.6.4. Maquinarias	114

5.6.5. Equipos de cómputo	115
5.6.6. Muebles	116
5.6.7. Vehículos	116
5.6.8. Herramientas	116
5.7. Inversión en Terrenos	118
5.7.1. Inversión en construcción del local	118
5.7.2. Inversión de herramientas	118
5.7.3. Inversión activos – software	119
5.8. Capital de trabajo	120
5.9. Proyección de ingresos	122
5.10. Presupuesto de ingresos de venta	123
5.11. Inversión en talento	124
5.12. Presupuesto de costos	125
5.13. Costos de producción	126
5.13.1. Costos fijos – materiales y equipos	127
5.13.2. Costos fijos –servicios varios	127
5.13.3. Costos fijos –combustible	128
5.13.4. Costos fijos- mantenimiento	128
5.13.5. Costos fijos – seguros vehiculares	128

5.14. Depreciación anual	129
CAPÍTULO 6 EVALUACION FINANCIERA	130
6.1. Costo de oportunidad de capital para la inversión	130
6.2. Periodo de recuperación del capital	131
6.3. Flujo de efectivo proyectado	131
6.4. Valor actual neto (VAN)	132
6.5. Tasa interna de retorno (TIR)	132
6.6. Margen bruto y operativo	133
6.7. Análisis de escenarios	134
CAPÍTULO 7 RESULTADOS OBTENIDOS EN EL PROYECTO	136
CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES	138
REFERENCIAS	139
ANEXOS	152

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1. Proyecciones de perspectivas de la economía mundial (variación porcentual).	25
Tabla 1.2. Flujo de viajes internacionales en el mundo, en millones de visitas.	27
Tabla 1.3. Producción mundial de calzado 2016.	28
Tabla 1.4. Lista de los 10 principales mercados globales de calzado 2016.	29
Tabla 1.5. Datos generales de la economía peruana.	42
Tabla 1.6. Proyecciones de crecimiento.	43
Tabla 1.7. Llegada de Turistas Internacionales(millones).	44
Tabla 1.8. IPC 2018.	47
Tabla 1.9. Balanza comercial del año 2017 - 2018.	48
Tabla 2.1. Llegada anual de turista internacional, según país de residencia permanente.	56
Tabla 2.2. Llegada a Perú de turistas europeos en el año 2017, según grupo de viaje.	57
Tabla 2.3. Costos de fabricación zapatilla sostenible Chaski.	60
Tabla 2.4. Precios de marcas que comercializan zapatillas artesanales.	60
Tabla 2.5. Análisis FODA de Chaski.	65

Tabla 2.6. Matriz FODA Chaski.	66
Tabla 3.1. Llegada a Perú de turistas europeos en el año 2017, según rango de edad.	70
Tabla 3.2.. Llegada a Perú de turistas europeos en el año 2017, según grado de instrucción.	71
Tabla 3.3. Llegada a Perú de turistas europeos en el año 2017, según tiempo de permanencia.	72
Tabla 3.4.. Llegada a Perú de turistas europeos en el año 2017, según destino visitado.	73
Tabla 3.5.Mercado objetivo, según número de turistas europeos que visitaron Perú en 2017.	75
Tabla 3.6. Resultado de la encuesta.	77
Tabla 3.7. Resultados encuesta Chaski.	81
Tabla 3.8. Precios de marcas que comercializan zapatillas artesanales.	82
Tabla 3.9. Ventas de calzado estimada en el primer año.	90
Tabla 4.1. Precios de calzado Chaski.	100
Tabla 5.1. Equipamiento	114
Tabla 5.2. Muebles	116
Tabla 5.3. Inversión en asesoría por creación de calzado.	117
Tabla 5.4. Inversión en pruebas de resistencia y durabilidad.	118

Tabla 5.5. Inversión total en herramientas.	119
Tabla 5.6. Inversión en costos de formalización.	119
Tabla 5.7. Inversión en software.	120
Tabla 5.8. Inversión en capital de trabajo por 9 meses de operación.	120
Tabla 5.9. Capital de inversión.	121
Tabla 5.10. Proyección de ingresos.	122
Tabla 5.11. Presupuesto de ingresos de venta.	123
Tabla 5.12. Inversión en pago mensual de personal administrativo.	124
Tabla 5.13. Costos laborales.	124
Tabla 5.14. Presupuesto de costos.	125
Tabla 5.15. Costos de producción	126
Tabla 5.16. Inversión en materiales y equipos.	127
Tabla 5.17. Inversión en servicios varios.	127
Tabla 5.18. Inversión en pago de obligaciones laborales.	128
Tabla 5.19. Depreciación total anual.	129
Tabla 6.1. Flujo de efectivo proyectado.	132
Tabla 6.2. Cálculo del VAN.	132
Tabla 6.3. Tasa interna de retorno.	132
Tabla 6.4. Margen bruto.	133

Tabla 6.5. Margen operativo.	133
Tabla 6.6. Analisis de escenarios.	134

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1. Tecnologías esenciales para crear nuevas oportunidades de negocio.	31
Figura 1.2. Tipo de calzados más utilizados por los Incas. (A: calzado cerrado denominado Kawkachu). (B: sandalia llanke). (C: sandalia Ushuta).	38
Figura 2.1. Prototipo zapatilla Chaski modelo “Kawkachu” - aplicaciones de telares cusqueños.	55
Figura 2.2. Tiempo de degradación de objetos cotidianos.	62
Figura 3.1. Competidores directos de Chaski.	85
Figura 3.2. Competidores indirectos de Chaski	88
Figura 4.1. Matriz Ansoff	91
Figura 4.2 Tipo de calzados de la colección Cuzco. (A: Zapatilla Kawkachu). (B: Sandalia Llanke). (C: Sandalia Ushuta).	96
Figura 4.3. Etiqueta de presentación Chaski.	97
Figura 4.4. Logo Chaski.	98
Figura 4.5. Presentación calzado Chaski.	99
Figura 4.6. Cadena suministro-Chaski.	104
Figura 5.1. Localización geográfica Chaski.	109
Figura 5.2. Características del centro de producción.	110

Figura 5.3. Plano de creación, elaboración y distribución de productos de la marca.	112
Figura 5.4. Diagrama de análisis de proceso.	113

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se elabora para demostrar la factibilidad de realizar una inversión en un segmento textil enfocado en calzado artesanal en la que se busca revalorar el arte ancestral de la textilería, así como generar comercio justo e impacto social para las personas que intervienen en el proceso de producción.

Encontrándonos en un cambio constante y surgimiento de nuevas tendencias, encontramos un segmento de mercado interesado en textiles andinos peruanos el cual pertenece a turistas extranjeros europeos de 25 a 34 años, hombres y mujeres de nivel adquisitivo medio- alto. Se determina que el mercado potencial es de 139 076 personas de ellos 55 630 cuentan con sensibilización acerca de la moda sostenible convirtiéndose en nuestro nicho de mercado.

La estrategia de producto será la de desarrollo, estrategia de precio de valor, producto nivel real, producto de canal directo y distribución selectiva. Se elabora un diagrama de elaboración y entrega de calzado el cual visibiliza el principal punto crítico del producto que es el tiempo de fabricación por parte del proveedor.

En la parte financiera se obtiene que el capital necesario para realizar el proyecto es de 111 152 soles de los cuales 33 346 soles se financian y 77 806 soles es capital de los socios. Se obtiene VAN positivo mayor a cero, TIR por encima de la mínima exigible, demostrando la viabilidad del proyecto.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Acosta, C. (12 de mayo de 2014). ¿Qué es la moda rápida? Comunicación de Sustentabilidad. Obtenido de <https://www.expoknews.com/que-es-la-moda-rapida/>
- Agencia Peruana de Noticias. (22 de junio de 20118). El país recuperó estabilidad y genera confianza, destaca Vizcarra. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-el-pais-recupero-estabilidad-y-genera-confianza-destaca-vizcarra-714341.aspx>
- Agencia Peruana de Noticias. (24 de mayo de 2018). Gobierno estima que turismo crecerá 10% en 2019 por presencia peruana en Mundial. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-estima-turismo-crecera-10-2019-presencia-peruana-mundial-711145.aspx>
- América economía. (2018). Perú Moda, fibras que conectan con el mundo. Obtenido de <https://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/peru-moda-fibras-que-conectan-con-el-mundo>
- Andina agencia de noticias. (1 de abril de 2018). Proyectan que llegada de turistas extranjeros al Perú crecerá hasta 8% en 2018. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-proyectan-llegada-turistas-extranjeros-al-peru-crecera-hasta-8-2018-705034.aspx>

- Anuario Mundial del Calzado. (2017). Calzado Mundial. Obtenido de <https://www.worldfootwear.com/yearbook/the-world-footwear-2017-Yearbook/209.html>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (29 de Junio de 2016). Integración económica regional: ¿qué es la Alianza del Pacífico y hacia dónde va? Youtube. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=7XclRba541Q>
- Barranco, C. (29 de octubre de 2013). Principales diferencias entre una pyme y una startup. Con tu negocio. Obtenido de <https://www.contunegocio.es/gestion/principales-diferencias-entre-una-pyme-y-una-startup/>
- BCR. (2 de enero de 2019). la inflación cerraría el 2019 en 2.5%. Obtenido de <http://semanaeconomica.com/article/economia/politica-fiscal/325358-bcp-la-inflacion-cerraria-el-2019-en-2-5/>
- Behraves, N. (14 de Enero de 2019). *Diez predicciones para la economía mundial en 2019*. (F. E. Mundial, Ed.) Obtenido de https://es.weforum.org/agenda/2019/01/diez-predicciones-para-la-economia-mundial-en-2019/?fbclid=IwAR1_lfJPqaB12SQ3JnuQCqW_UtayJ5zvQ2AbFo8rfCV4PGfsncuGLvHwvo
- Blank, S. (marzo de 2012). The Startup owner's manual. Obtenido de <https://www.amazon.es/Startup-Owners-Manual-Step-Step/dp/0984999302>

Broyer, S. (7 de Diciembre de 2018). 2019 no será un año fácil para Europa. (A.

González, Entrevistador) El País. Obtenido de

https://elpais.com/economia/2018/12/06/actualidad/1544098264_982945.htm

1

Capuñay, M. (24 de Marzo de 2018). *TLC Perú-UE, cinco años después*. Obtenido

de <https://elperuano.pe/noticia-tlc-peruue-cinco-anos-despues-65019.aspx>

Centro de Innovación y Desarrollo Emprendedor PUCP. (2017). *Las ganas de emprender*.

Centros tecnológicos de España. (2019). ¿Qué son los Centros Tecnológicos?

Obtenido de <http://fedit.com/home-provisional/que-son-los-centros-tecnologicos/>

CNBC Prime. (19 de enero de 2016). 'Inkkas' Extended Sneak Peek | The Profit.

(Youtube, Ed.) Obtenido de

<https://www.youtube.com/watch?v=nuepCcPCy98>

Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROM PERÚ.

(septiembre de 2018). PROM PERÚ. Obtenido de

[https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perf
il% 20del% 20Turista% 20Extranjero% 202017&url=~/Uploads/perfiles_extran
jeros/40/Book_PTE_2017_FINAL.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/
TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202017&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/40/Book_PTE_2017_FINAL.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=)

Conciencia Eco. (26 de noviembre de 2013). Científicos desarrollan un sistema para el reciclaje del calzado. Obtenido de

<https://www.concienciaeco.com/2013/11/26/cientificos-desarrollan-un-sistema-para-el-reciclaje-del-calzado/>

Cortiñas, F. (2018). Fundamentos del marketing mix. Obtenido de <https://www.coursera.org/lecture/fundamentos-marketing-mix/enfoques-de-fijacion-de-precios-generales-2-basado-en-valor-TmB45>

Damodaran. (2017). Actualización de la prima de riesgo de capital implícito. Obtenido de <http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>

Dávila, J. (4 de diciembre de 2018). Gobierno apuesta por tasa de interés de 15% para financiar a capital de trabajo de emprendedores. Diario Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/gobierno-apuesta-tasa-interes-15-financiar-capital-emprendedores-251773>

Diario El Peruano. (1 de octubre de 2017). Sector calzado apuesta por una mayor innovación para exportar. Obtenido de <https://elperuano.pe/noticia-sector-calzado-apuesta-una-mayor-innovacion-para-exportar-59809.aspx>

Diario Gestión. (27 de diciembre de 2013). ¿Es el 'crowdfunding' una buena alternativa de financiación? Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/crowdfunding-buena-alternativa-financiacion-55858>

Diario Gestión. (10 de septiembre de 2018). Emprendimiento en Perú. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/management-empleo/emprendimiento-peru-tres-anclas-impiden-desarrollo-seis-alternativas-solucion-244027>

Diario Gestión. (26 de febrero de 2019). Riesgo país de Perú baja tres puntos básicos y cierra en 1.14 puntos porcentuales. Obtenido de

<https://gestion.pe/economia/riesgo-pais-peru-baja-tres-puntos-basicos-cierra-1-14-puntos-porcentuales-259844>

Diario Uno. (6 de diciembre de 2018). Aprueban ley de uso de plástico. Diario Uno.

Obtenido de <http://diariouno.pe/aprueban-ley-de-uso-de-plastico/>

Dorantes, R. (22 de agosto de 2018). Qué es una startup. Entrepreneur. Obtenido de

<https://www.entrepreneur.com/article/304376>

El Comercio. (15 de abril de 2015). La tecnología que fabrica calzado industrial ecológico. Obtenido de

<https://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/tecnologia-fabrica-calzado-industrial-ecologico-384054>

El País. (5 de Junio de 2017). España vuelve a liderar la revolución del textil, esta vez sostenible. Obtenido de

https://elpais.com/elpais/2017/06/02/planeta_futuro/1496421580_691167.htm

l

Ellen Mac Arthur Foundation. (28 de noviembre de 2017). Una nueva economía textil: rediseñar el futuro de la moda. Obtenido de

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>

Emprende Aprendiendo. (13 de enero de 2019). ¿Puede la Moda Lenta Acabar con

Zara? | Caso UNIQLO. (Youtube, Ed.) Obtenido de

https://www.youtube.com/watch?v=5MY_CiwlXhg

Espok. (enero de 2019). ¿Cuáles serán las tendencias para tener una moda sostenible

este 2019? . Obtenido de [https://www.expoknews.com/moda-sostenible-tres-](https://www.expoknews.com/moda-sostenible-tres-tendencias-para-este-2019/)

[tendencias-para-este-2019/](https://www.expoknews.com/moda-sostenible-tres-tendencias-para-este-2019/)

Fabricare Institute. (1 de septiembre de 2011). Destacando la productividad, la

innovación ecológica y la logística. Obtenido de

[http://www.laundryandcleaningnews.com/news/newsinternational-fabricare-](http://www.laundryandcleaningnews.com/news/newsinternational-fabricare-institute)

[institute](http://www.laundryandcleaningnews.com/news/newsinternational-fabricare-institute)

Fairtrade. (s.f.). ¿Qué es Fairtrade? Obtenido de

<https://sellocomerciojusto.org/es/empresas/queesfairtrade.html>

Fernández, M. (Diciembre de diciembre 2017). *Moda sostenible, análisis de su*

naturaleza y perspectiva futura. Informe - Universidad de León. Obtenido de

[http://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/7207/Fern%C3%A1ndez%2](http://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/7207/Fern%C3%A1ndez%20Matilla%2c%20Mar%C3%ADa%20Del%20Arrabal.pdf?sequence=1)

[0Matilla%2c%20Mar%C3%ADa%20Del%20Arrabal.pdf?sequence=1](http://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/7207/Fern%C3%A1ndez%20Matilla%2c%20Mar%C3%ADa%20Del%20Arrabal.pdf?sequence=1)

Fondo Monetario Internacional. (Enero de 2019). *Perspectivas de la economía*

mundial. Obtenido de

[https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-](https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019)

[january-2019](https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019)

Fondo Monetario Internacional. (enero de 2019). *Perspectivas de la economía*

mundial. Obtenido de

<https://www.imf.org/es/Publications/WEO/Issues/2019/01/11/weo-update-january-2019>

González, A. (2018). 2019 no será un año fácil para Europa. *El País*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2018/12/06/actualidad/1544098264_982945.html

Gonzalez, T. (19 de febrero de 2018). La industria peruana de calzado cerró 2017 con incrementos de 7% en sus exportaciones. Obtenido de <https://pe.fashionnetwork.com/news/La-industria-peruana-de-calzado-cerro-2017-con-incrementos-de-7-en-sus-exportaciones,949044.html#.XGmeF-hKhPY>

Government & Nonprofit. (2017). e-commerce sistema moda. Obtenido de <https://www.slideshare.net/pasante/2017-0914-ecommerce-sistema-moda>

Henninger, C. (2016). Que es moda sostenible? *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 20(4),. Obtenido de <https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/JFMM-07-2015-0052>

Idafe, M. (14 de Noviembre de 2018). Definiciones, fechas y detalles Brexit:10 claves para entender que pasa con el Reino Unido y la Unión Europea. *Clarín*. Obtenido de https://www.clarin.com/mundo/brexit-10-claves-entender-pasa-reino-unido-union-europea_0_fKQE9ZKio.html

INDECOPI. (25 de octubre de 2017). Comisión de dumping del Indecopi. Obtenido de [https://www.indecopi.gob.pe/inicio/-/asset_publisher/ZxXrtRdgbv1r/content/la-comision-de-dumping-del-](https://www.indecopi.gob.pe/inicio/-/asset_publisher/ZxXrtRdgbv1r/content/la-comision-de-dumping-del)

indecopi-decidio-mantener-los-derechos-antidumping-a-la-importacion-de-
calzado-de-china-durante-cinco-anos?inheritRedirect=false

Instituto Nacional de Estadística e informática. (Diciembre de 2018). Informe

Técnico. Obtenido de

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/12-informe-tecnico-
n12_mercado-laboral-set-oct-nov2018.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/12-informe-tecnico-n12_mercado-laboral-set-oct-nov2018.pdf)

Instituto Tecnológico de la Producción. (2018). Red CITE. Obtenido de

<https://www.itp.gob.pe/>

La República. (12 de agosto de 2007). El avance de lo etno. Obtenido de

<https://larepublica.pe/archivo/246278-el-avance-de-lo-etnoi>

La República. (20 de febrero de 2018). Amazonas: siete comunidades aprovecharán

el caucho de forma sostenible. Obtenido de

[https://larepublica.pe/sociedad/1200470-amazonas-siete-comunidades-
aprovecharan-el-caucho-de-forma-sostenible](https://larepublica.pe/sociedad/1200470-amazonas-siete-comunidades-aprovecharan-el-caucho-de-forma-sostenible)

López, D. (12 de febrero de 2016). Comunicaciones en las Culturas Prehispánicas.

Obtenido de

<http://www.filateliacolombiana.com/historia/correosIndigenas.php>

López, M. (5 de junio de 2017). España vuelve a liderar la revolución del textil, esta

vez sostenible. El País. Obtenido de

https://elpais.com/elpais/2017/06/02/planeta_futuro/1496421580_691167.htm

1

Martínez, E. (14 de diciembre de 2015). Un zapato 100% ético: reciclable, orgánico, solidario y vegano. El Mundo. Obtenido de <https://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/12/08/5666981dca4741c4548b45ba.html>

MINCETUR. (1 de enero de 2018). Flujo de turistas internacionales. Obtenido de <http://datosturismo.mincetur.gob.pe/appdatosTurismo/Content1.html>

MINCETUR. (24 de mayo de 2018). Gobierno estima que turismo crecerá 10% en 2019 por presencia peruana en Mundial. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-gobierno-estima-turismo-crecera-10-2019-presencia-peruana-mundial-711145.aspx>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). PROTOCOLO COMERCIAL DE LA ALIANZA DEL PACÍFICO GENERARÁ MAYOR INVERSIÓN, EMPLEO Y VENTAS PARA PYMES DE LA REGIÓN. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/7409-2/>

Ministerio del Ambiente. (17 de mayo de 2018). En el Perú solo se recicla el 1.9% del total de residuos sólidos reaprovechables. Obtenido de <http://www.minam.gob.pe/notas-de-prensa/en-el-peru-solo-se-recicla-el-1-9-del-total-de-residuos-solidos-reaprovechables/>

MIPACHA. (s.f.). Mipacha. Obtenido de <https://www.mipacha.com/es/tiendas/>

Morelos, E. (2010). Startup. Startupbootcamp Fintech México. Obtenido de <https://www.startupbootcamp.org/accelerator/fintech-mexico-city/>

Mundo Diario. (25 de Julio de 2018). América Latina avanza como una potencia económica tras la integración de dos grandes bloques de la región. Obtenido de <https://www.mundidiario.com/articulo/economia/america-latina-avanza-potencia-economica-integracion-grandes-bloques-region/20180725192600128320.html>

Pairazamán, V. (3 de marzo de 2019). No todo es Facebook: Consejos básicos de marketing digital para tu primer negocio. La República. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1423802-facebook-consejos-basicos-marketing-digital-primer-negocio>

Patiño, M. (5 de junio de 2018). ¿En una escala del 1 al 7, en dónde se ubica el ecosistema startup peruano? Gestión. Obtenido de <https://gestion.pe/economia/escala-1-7-ubica-ecosistema-startup-peruano-235214>

Paz, O. (12 de noviembre de 2015). El Comercio. Obtenido de <https://elcomercio.pe/viu/moda/moda-sostenible-lucir-causar-dano-389002>

Perez-Reyes, R. (6 de noviembre de 2018). Emprendimientos de Startup Perú han generado ventas por más de S/116 millones. El Comercio. Obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/emprendimientos-beneficiados-startup-peru-han-generado-ventas-s-116-millones-noticia-nndc-574899>

Portal PQS. (2 de enero de 2019). ¿Qué es el Índice de Precios al Consumidor y cómo se calcula? Obtenido de <https://www.pqs.pe/actualidad/que-es-el-indice-de-precios-al-consumidor-y-como-se-calcula>

PQS. (2019). PBI del Perú crecería más este año que en 2019, estima Banco Mundial. Obtenido de <https://www.pqs.pe/economia/banco-mundial-pbi-2018-mayor-que-2019>

PromPerú. (2018). Conoce al Turista Extranjero . Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/estadisticasEnLinea/ExplorePTE>

Promperú. (2018). Datos útiles Arequipa. Obtenido de <https://www.peru.travel/es-pe/donde-ir/arequipa.aspx>

PROMPERÚ. (setiembre de 2018). Perfil del Turista Extranjero. Obtenido de <https://promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt>

PROMPERÚ. (Setiembre de 2018). Perfil del Turista Extranjero 2017. Obtenido de file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Uploads_publicaciones_2028_PROMPERUPTE17.pdf

PromPerú. (2018). Turista extranjero que reside en Alemania,España,Francia,Italia,Reino Unido (2017). Obtenido de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/estadisticasEnLinea/ExplorePTE>

Pulse Score. (2018). Tomando el pulso de la industria de la moda. Obtenido de <https://www.globalfashionagenda.com/initiatives/pulse/#>

Reciclación. (15 de febrero de 2018). Tiempo de degradación de los residuos. Obtenido de <http://www.reciclacion.cl/noticias/tiempo-de-degradacion-de-los-residuos-2/>

Reinhart, J. (enero de 2019). Hábitos de compras del milenio. Thredup. Obtenido de <https://www.thredup.com/resale#resale6>

Revista Somos. (2 de abril de 2016). Huella Nacional. *Somos*, 44-45.

Rodriges, V. (17 de mayo de 2018). La Industria del Calzado en el Mundo. Porto, Portugal: Católica Porto Business School. Obtenido de http://www.svmag.co.za/emailmagazines/footwear/2018/vol81/no5/linkedcontent/2_Vasco_Rodrigues_UTIC_20180517.pdf

Rubio, L. &. (16 de octubre de 2018). No gana 130.000 al año y cada vez es más pequeña: la clase media en España. El País. Obtenido de https://verne.elpais.com/verne/2018/10/16/articulo/1539675910_919605.html

Salcedo, J. (16 de diciembre de 2018). Machupicchu pueblo: los negocios y abusos con turistas en Cusco. La República. Obtenido de https://larepublica.pe/economia/1376810-machupicchu-pueblo-negocios-abusos-turistas?fbclid=IwAR3Giws6VWu_XTaYVM7_Bm97VCHC50f0KXiNCvF9RCu2c--Sap-gfkeYCGE

Sociales., I. d. (Enero de 2017). reppte Sectorial. Obtenido de <http://www.sni.org.pe/wp-content/uploads/2017/03/Reporte-Sectorial-de-Calzado-Enero-2017.pdf>

Sociedad Nacional de Industrias. (enero de 2018). Exportaciones de calzado. Obtenido de <http://www.sni.org.pe/panorama-la-industria-nacional/>

Styes, D. (17 de julio de 2018). UE y China alinean políticas de economía circular.

Ecotextile News. Obtenido de

<https://www.ecotextile.com/2018071723609/labels-legislation-news/eu-china-align-circular-economy-policies.html>

Torriani, Y. (11 de octubre de 2018). CCL: inestabilidad política afecta dinámica

económica e inversiones. Andina. Obtenido de

<https://andina.pe/agencia/noticia-ccl-inestabilidad-politica-afecta-dinamica-economica-e-inversiones-728181.aspx>

Vitry, C. (2013). Los calzados de los Incas. Obtenido de

<http://www.culturademontania.com.ar/Arqueologia/los-calzados-de-los-incas-segunda-parte.html>

Xicota, E. (20 de diciembre de 2018). Impactos de la moda en el agua. Obtenido de

<https://www.esterxicota.com/impactos-moda-agua/>